

TREND OF ELECTRONIC PRODUCT DEVELOPMENT UNDER NETWORKING LIFE STYLE

陳亮維、杜瑞澤

E-mail: 9018337@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

RECENTLY, WITH THE DEVELOPMENT OF TECHNOLOGY AND ECONOMY, THE WHOLE WORLD HAS ENTERED A NEW NETWORKING ERA. BECAUSE OF THE RAPID ADVANCEMENT OF DIGITAL ELECTRONIC AND INFORMATION TECHNOLOGY, ALL KINDS OF INSTRUMENTS INCLUDING PERSON COMPUTER (PC), MULTIMEDIA, INTERNET AND WORLD WEB DEVELOPMENT, EVEN THOUGH THE APPLICATIONS OF NETWORK TECHNOLOGY AND INFORMATION APPLIANCE (IA) AND THE OTHER RELATED PRODUCTS, ARE QUICKLY AND WIDELY SPREADING INTO EVERY ASPECTS OF THE SOCIETY. AS A RESULT, THE DEMANDS OF NETWORK ELECTRONIC PRODUCTS ARE INCREASED. THEREFORE, DUE TO THE NETWORKING LIFE-TYPE MOVEMENT, THE MORE ATTENTION HAS BEEN PAID TO THE RELATIONSHIP BETWEEN PRODUCTS AND USER'S LIFE STYLES. THE PRODUCT IDENTITY OF NEW STYLE IS A SERIOUS CONCERN FOR A NEW SCENARIO OF A PRODUCT UNDER DIFFERENT STYLE SETTINGS. THE MAIN PURPOSE OF THIS RESEARCH IS TO LOOK FOR THE TREND OF DEVELOPMENT FOR NETWORKING ELECTRONIC PRODUCTS UNDER THE INFLUENCE OF NETWORKING LIFESTYLES. THROUGH THE DISCUSSION OF LITERATURE AND THE ANALYSIS OF SURVEY AND CASE STUDY, THE RESEARCH SEEKS THE NEW MEANING OF NETWORKING PRODUCTS ON DESIGN. FINALLY, THE ELEMENTS FOR THE TREND OF NETWORKING ELECTRONIC PRODUCT DEVELOPMENT ARE ESTABLISHED. AS A RESULT OF STUDY, IT PROVIDES DIRECTION OF NETWORKING ELECTRONIC PRODUCTS FOR DESIGNER ON PRODUCT DESIGN AND DEVELOPMENT. THROUGH THE ANALYSIS OF RESEARCH, IT APPEARS THAT THERE IS A DIFFERENT BETWEEN NETWORKING ELECTRONIC PRODUCTS AND TRADITIONAL ELECTRONIC PRODUCT STYLE ON THE METHODS OF OPERATION, FORMALITY OF CONSTITUTES, PURPORT OF EXIST AND STATE OF TAKE SHAPE. ON THE CONCLUSION OF STUDY, THE ELEMENTS OF THE TREND BECOME THE KEY GUIDELINES FOR INDUSTRIES TO DEVELOP NETWORKING ELECTRONIC PRODUCT. AS A RESULT, THE STUDY SUCCESSFULLY PROMOTES THE FUNCTIONS BY JOINING THE THEORY OF RESEARCH AND PRACTICE ON INDUSTRY.

Keywords : LIFE-STYLE, NETWORKING, ELECTRONIC PRODUCT, PRODUCT IMAGE

Table of Contents

第一章 緒論	第一節 研究背景與動機--P001	第二節 研究目標與重要性--P002	第三節 研究問題與假設--P003	第四節 預期之成果--P008	第五節 研究範圍與限制--P008	第六節 研究流程--P009	第七節 研究理論架構--P011	第八節 研究方法與工具--P013	第九節 文獻架構與探討內容--P016	第十節 研究步驟--P017
第二章 網路數位化科技	第一節 數位媒體--P022	第二節 數位電子時代--P026	第三節 對人類文明影響與衝擊--P030	第四節 數位世界形式--P035	第五節 藍芽技術實現--P037	第六節 網路家電整合趨勢--P043				
第三章 網路數位與生活	第一節 網際網路時代的來臨--P049	第二節 新資訊生活--P055	第三節 網路化生活型態--P059	第四節 未來網路生活--P064	第五節 數位虛擬化城市--P066					
第四章 數位新文化	第一節 數位形式文化--P072	第二節 文化形式表徵--P076	第三節 產品文化形態--P078	第四節 數位文化與設計--P080						
第五章 未來發展趨勢	第一節 演化與形式--P085	第二節 資訊家電的遠景--P093	第三節 從設計看未來家電--P099	第四節 人工智慧--P102	第五節 智慧型家電--P105	第六節 探索網路家庭的未來--P116				
第六章 網路化操控實驗	第一節 一般受訪者訪查結果分析--P121	第二節 產業界受訪者訪查結果分析--P128	第三節 網路化操控實驗案例解說--P133	第四節 問卷比對分析--P165						
第七章 結論與建議	第一節 研究結論--P172	第二節 建議--P173								
參考文獻--P176	附錄一--P182	附錄二--P185								

REFERENCES

中文部分 01.張恬君，2000，電腦媒體之於藝術創作之變與不變，美育115。 02.何明泉、陳美慧，2000，產品迷你化設計之初探，第五

屆設計學術研究成果研討會論文集上冊，大葉大學編著。03.蕭明瑜，2000，設計形式與社會之互動關係，第五屆設計學術研究成果研討會論文集下冊，大葉大學編著。04.郭泰麟，2000，北美消費電子產業的回顧與展望，金屬工業3期34卷。05.廖敏如、林東龍，2000，消費性電子產品之設計發展探討，第五屆設計學術研究成果研討會論文集，大葉大學編著。06.郭長祐，2000，藍芽大計即將展開，第三波 X-MAGAZINE雜誌7月份 VOL.215。07.柏克，2000，藍芽技術實現資訊家電的遠景，通訊雜誌第75期4月號。08.謝巧君，2000，藍芽帶來的願景與挑戰，通訊雜誌第75期4月號。09.萊斯特·梭羅 (LESTER C. THUROW) 著，齊思賢譯，2000，知識經濟時代，時報出版有限公司。10.DAVID CHIOU，2000，網路生活雜誌2月號。11.詹宏志，1999，數位世界的99則觀察，巨思文化股份有限公司。12.吳韻儀，1999，打造世界首座虛擬城市的推手林都立(RISTO LINTURI)天下雜誌218期。13.石朗，1999，家庭網路的初步解決方案，通訊雜誌第69期10月號。14.黃文能、曹永慶，1999，家用分離式冷氣機意象與形態構成要素關係之研究，大同工學院工業設計研究所碩士論文。15.EVAN I.SCHWARTZ著，陳正平譯，1999，數位達爾文主義，臉譜文化事業股份有限公司。16.何俊賢，1999，資訊與生活，台大造船及海洋工程研究所博士，國立中央圖書館臺灣分館館刊，第五卷第四期。17.鄭志中，1999，聽、看、上網、學習感受全新的第三代行動科技，通訊雜誌第70期11月號。18.郭美懿，1999，通訊與網路技術建築高科技的未來，通訊雜誌第69期10月號。19.彼得潘，1999，無線網際網路時代的來臨，通訊雜誌第66期7月號。20.郭美懿，1999，通訊與網路技術建築高科技的未來，通訊雜誌第69期10月號。21.李順興，1999，數位形式美學初探:以美國網路文學為例，第二十三屆比較文學會議論文。22.T. O'SULLIVAN等著，楊祖珺譯，1998，傳播及文化研究主要概念，遠流出版。23.須文蔚，1998，一九九七文學上網的觀察，中央月刊文訊別冊151期。24.梭羅(DR. LESTER C. THUROW)，1998，個人應變的能力要跟上變革的腳步，天下雜誌200期。25.鍾明政，1998，空間的詮釋以透明性的觀點審視空間的構成與轉變，成功大學建築研究所碩士論文。26.尼葛洛龐帝(NICHOLAS NEGROPONTE)著，齊若蘭譯，1998，數位革命，天下文化公司出版。27.布蘭德著，白方平譯，1988，MIT媒體實驗室，天下文化出版公司。28.麥可·德托羅斯 (MICHAEL DERTOUZOS) 著，魯樂中譯，1997，資訊新未來，時報出版有限公司。29.何明泉、郭文宗，1997，產品文化識別之探索，科技學刊第6卷第3期。30.邱宗成，1997，從中西比較的觀點看設計史發展與教學，86年技術與教學研討會論文集，明志工專編著。31.董素蘭，1997，21世紀資訊社會相關問題初探及建議，第二屆資訊科技與社會轉型研討會論文集，中央研究院社會學研究所籌備處。32.梁又照，1997，跨世紀數位科技革命下的工業設計方法與展望，海峽兩岸暨國際工業設計研討會論文集，台北科技大學。33.麥可·德托羅斯 (MICHAEL DERTOUZOS) 著，魯樂中譯，1997，資訊新未來，時報出版有限公司。34.賴曉黎，1997，資訊時代的虛與實，第二屆資訊科技與社會轉型研討會論文集，中央研究院社會學研究所籌備處。35.吳怡靜，1997，資訊新世界 強者愈富 弱者愈窮，天下雜誌194期。36.何明泉、宋同正、郭文宗，1997，文化商品之設計方法研究，明志工專，86年技術與教學研討會論文集。37.阪下清主講，廖志忠譯，1996，思考21世紀的設計趨勢，中日設計研討會，國立雲林技術學院。38.葉啟政，1996，對資訊科技社會來臨的一些思考，第一屆資訊科技與社會轉型研討會，中央研究院社會學研究所籌備處。39.盧諭緯，1996，說文解字:初探網路語言現象及其社會意義，第一屆資訊科技與社會轉型研討會，中央研究院社會學研究所籌備處。40.BERNHARD E. BURDEK著，胡佑宗譯，1996，工業設計產品造型的歷史、理論及實務，亞太圖書出版社。41.呂清夫，1995，造形原理，雄獅圖書公司。42.莊麗莉，1995，文學出版事業產銷結構變遷之研究--文學商品化現象觀察，國立政治大學新聞研究所碩士論文。43.何明泉、蘇信忠，1994，工業設計84第二十三卷第一期。44.KURT ROWLAND 著，王梅珍譯，1989，形態的發展，六合出版社。英文部分 45.JOAKIM PERSSON AND BEN SMEETS, 2000, ERICSSON MOBILE COMMUNICATIONS AB, ERICSSON RESEARCH-CH, BLUETOOTH SECURITY - AN OVERVIEW, INFORMATION SECURITY TECHNICAL REPORT, VOL 5, NO. 3. 46.P. URIEN, 2000, INTERNET CARD, A SMART CARD AS A TRUE INTERNET NODE, COMPUTER COMMUNICATIONS 23, 1655-1666. 47.JEAN-PIERRE HUBAUX, CONSTANT GBAGUIDI, SHAWN KOPPENHOEFER, JEAN-YVES LE BOUDEC, 1999, THE IMPACT OF THE INTERNET ON TELECOMMUNICATION ARCHITECTURES, COMPUTER NETWORKS 31. 48.SCHOFIELD, J. W., 1995, COMPUTERS AND CLASSROOM CULTURE, NEW YORK: CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS. 49.NEGROPONTE, NICHOLAS, 1995, BEING DIGITAL, NEW YORK: VINTAGE BOOKS. 50.POOL, ITHIEL DE SOLA, 1990, TECHNOLOGIES WITHOUT BOUNDARIES: ON TELECOMMUNICATIONS IN A GLOBAL AGE, CAMBRIDGE, MASS.: HARVARD UNIVERSITY PRESS. 51.BEANE, T. P. AND D. M. ENNIS, 1987, MARKET SEGMENTATION: A REVIEW, EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING, VOL.21, NO.5. 52.LOUDON, D. L. AND A. J. DELLA BITTA, 1979, CONSUMER BEHAVIOR, CONCEPTS AND APPLICATIONS, NEW YORK, MCGRAW-HILL. 53.PLUMMER, J. T., 1974, THE CONCEPT AND APPLICATION OF LIFE STYLE SEGMENTATION, JOURNAL OF MARKETING, VOL.38. 54.WELLS, W. D., 1974, LIFE STYLE AND PSYCHOGRAPHICS, CHICAGO, AMERICAN MARKETING ASSOCIATION. 55.WELLS, WILLIAM AND DOUG TIGERT, 1971, ACTIVITIES, INTERESTS AND OPINIONS, JOURNAL OF ADVERTISING RESEARCH, VOL.11. 56.SIMMEL, 1918, THE CONFLICT IN MODERN LIFE. SIMMEL 1971. 57.TYLOR, E. B., 1958, PRIMITIVE CULTURE: RESEARCHES INTO THE DEVELOPMENT OF MYTHOLOGY, PHILOSOPHY, RELIGION, ART AND CUSTOM, GLOUCESTER, MA: SMITH. 網路資源 58.HTTP://WWW.NTPU.EDU.TW/CCWEB/CTFANG, 方鄒昭聰，數位世界的力與美，淡江大學資訊工程學系 副教授。59.HTTP://140.114.123.98/~TAIOAN/BUNHAK/HAK-CHIA/H/HIONG-IONG/HIO-HIANTAI.HTM向陽，1998，迷幻的虛擬之城:初論台灣網路文學的後現代狀。60.HTTP://WWW.MICROSOFT.COM.TW 61.HTTP://WWW.PHILIPS.COM